

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA
BANK TERHADAP LOYALITAS NASABAH (STUDI KASUS BANK BRI
Syariah DI YOGYAKARTA)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH
GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI
ISLAM**

**OLEH :
SITI QOZIYAH
NIM 15820103**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2019**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, dan citra bank terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini merupakan penelitian survei di BRI Syariah di Yogyakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 80 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah *probability sampling*, sedangkan teknik pengambilan sampelnya adalah *random sampling*. Hasil uji F dalam penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, kualitas pelayanan, dan citra bank secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hasil uji T menunjukkan bahwa variabel citra bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh.

Kata kunci: kepercayaan, kualitas pelayanan, citra bank, loyalitas.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Qoziyah

NIM : 15820103

Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah

menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank BRI Syariah Di Yogyakarta)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 26 Februari 2019

Penyusun



Siti Qoziyah
NIM. 15820103



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

FE-UINSK-BM-05-03/RO

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Siti Qoziyah

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Siti Qoziyah

NIM : 15820103

Judul Skripsi : “Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank BRI Syariah Di Yogyakarta)”

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/ Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi Saudara tersebut di atas dapat segera di munaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 26 Februari 2019

Pembimbing,

Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag

NIP 19670518 199703 1 003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

SURAT PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1027 / Un.02/ DEB/ PP.00.9/04/ 2019

Tugas akhir dengan judul :“PENGARUH KEPERCAYAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA BANK TERHADAP LOYALITAS NASABAH (STUDI KASUS BANK BRI Syariah DI YOGYAKARTA)”

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SITI QOZIYAH
NIM : 15820103
Telah diujikan pada : Rabu, 13 Maret 2019
Nilai : A-

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM UJIAN TUGAS AKHIR:

Ketua Sidang

Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.
NIP. 19670518 199703 1 003

PENGUJI I

Dr. H. Slamet Paryono, SE, M.Si.
NIP. 19761231 200003 1 005

PENGUJI II

Jauhar Faradis, S.H., M.A.
NIP. 19840528 201101 1 008

Yogyakarta, 2 April 2019

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dekan,



Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.
NIP. 19670518 199703 1 003

MOTTO

Man Jadda Wajada

Barang siapa bersungguh-sungguh pasti akan mendapatkan hasil

Merendahkan, sampai tak seorangpun dapat merendahkanmu

-Emha Ainun Nadjib

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini ku persembahkan untuk kedua orang tua **Bapak Ismail** dan **Ibu Suminten**
yang telah membesarkan saya dengan penuh kasih sayang.

Untuk seseorang yang telah menjadi ibu, kakak, sahabat dan motivator bagi saya,
saudara perempuan **Silviatun**.

Untuk sahabat dan teman-teman yang telah membantu dan mendoakan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan serta kelancaran. Solawat salam semoga selalu tersurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan perjuangan yang tidak mudah akhirnya skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank BRI Syariah di Yogyakarta) telah diselesaikan oleh peneliti.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan serta bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan kepada penulis.
3. Bapak Joko Setyono, S.E., M.Si. selaku Kepala Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Bapak Drs. Akhmad Yusuf Khoirudin S.E., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga.
5. Kedua orang tua, Bapak Ismail dan Ibu Suminten, yang telah membesarkan saya, dan mengajarkan banyak pelajaran hidup serta memberikan kasih sayang yang tidak dapat dihitung, telah mengajarkan arti kesabaran dan keiklasan dalam menghadapi segala masalah dan cobaan.
6. Saudara tercinta Silviatun yang telah menjadi motivator bagi saya pribadi. Terima kasih telah menjadi kakak terbaik, telah berjuang demi masa depanku dan keluarga, dan terima kasih telah mengajarkan arti sebuah kehidupan yang sesungguhnya.
7. Untuk seseorang yang tidak bisa saya sebutkan namanya, terima kasih atas pelajaran hidup selama empat tahun terakhir ini.
8. Sahabat terbaik Indika Farhatunnada, terima kasih telah menemani sejak semester satu sampai saat ini, sahabat seperjuangan di perantauan, terima kasih untuk semua kebaikan yang pernah kau berikan, telah memberikan motivasi dan semangat untuk saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Teman-temanku The POP Khanif Aslam, Luqman Hakim, Rifa'i Aulia, Zida Elvada, Indika Farhatunnada, Nurul Fatimah dan Tika Hanum, terima kasih telah menjadi teman yang sangat baik buat saya, telah mengajarkan artinya sebuah pertemanan yang sesungguhnya, terima kasih atas cerita yang pernah kalian ukir selama saya berada di Jogja.

10. Keluarga besar Perbankan Syariah angkatan 2015 lebih utama PS B, terima kasih telah berbagi cerita dan pengalaman mulai awal hingga akhir perkuliahan.
11. Teman-teman KKN kelompok 121 dusun Jatirejo, terima kasih atas motivasi dan pelajaran yang pernah kalian berikan kepada saya.

Dan ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Disamping itu, penulis masih menyadari bahwa dalam penelitian ini masih ada banyak kekurangan, sehingga kritik saran membangun dari pembaca akan sangat dihargai penyusun. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat.

Yogyakarta, 26 Februari 2019

Hormat Saya,

Siti Qoziyah

NIM. 15820103

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xxi
<i>ABSTRACT</i>	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Loyalitas Nasabah	11
2. Kepercayaan.....	15
3. Kualitas Pelayanan	18
4. Citra Bank	25
B. Telaah Pustaka	27

C. Pengembangan Hipotesis	30
D. Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Jenis Dan Sumber Data	34
1. Jenis Penelitian.....	34
2. Sumber Data Penelitian.....	34
B. Populasi Dan Sampel	35
1. Populasi	35
2. Sampel.....	35
C. Metode Pengumpulan Data	37
D. Definisi Operasional Variabel.....	37
1. Variabel Independen	38
2. Variabel Dependen.....	39
E. Metode Pengujian Hipotesis	40
1. Uji Reliabilitas Dan Validitas	40
2. Uji Asumsi Klasik	40
a. Uji Normalitas	40
b. Uji Multikolinearitas	41
c. Uji Heteroskedastisitas.....	41
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
4. Uji Hipotesis	43
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	43
b. Uji Signifikansi Simutan F (Uji F).....	43
c. Uji Parsial (Uji T).....	44
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Umum Bank Bri Syariah Di Yogyakarta.....	46
B. Analisis Deskriptif Responden.....	47
1. Pengelompokan Responden	47
2. Karakteristik Pendidikan	48

3. Pengelompokan Responden Berdasar Usia.....	49
C. Hasil Penelitian	50
1. Uji Validitas	50
2. Uji Reliabilitas	52
3. Uji Asumsi Klasik	53
a. Uji Normalitas	53
b. Uji Multikolinearitas	54
c. Uji Heteroskedastisitas.....	55
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
5. Uji Hipotesis	58
a. Koefisien Determinasi (R^2).....	58
b. Uji Simultan (Uji F)	59
c. Uji Parsial (Uji T).....	61
D. Interpretasi Hasil Penelitian	64
1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah	64
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah	67
3. Pengaruh Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah	70
BAB V PENUTUP.....	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	xxiii

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	47
Tabel 4.2 Pendidikan Terakhir Responden	48
Tabel 4.3 Usia Responden.....	49
Tabel 4.4 Ringkasan Hasil Uji Instrumen Validitas.....	50
Tabel 4.5 Ringkasan Hasil Uji Instrumen Reliabilitas	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4.10 Hasil Uji R Square	59
Tabel 4.11 Hasil Uji F (Simultan).....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji T (Parsial)	61
Tabel 4.13 Ringkasan Jawaban Kuesioner Kepercayaan.....	65
Tabel 4.14 Ringkasan Jawaban Kuesioner Kualitas Pelayanan.....	68
Tabel 4.15 Ringkasan Jawaban Kuesioner Citra Bank	71

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perubahan yang signifikan dalam lingkungan bisnis seperti, globalisasi kemajuan teknologi informasi dan komunikasi menciptakan dampak persaingan kepada seluruh pelaku bisnis di seluruh negara manapun di dunia ini. Untuk dapat mempertahankan ekonomi suatu negara, sektor perbankan merupakan salah satu pendukung yang sangat penting untuk laju pertumbuhan ekonomi negara.

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pemberian kredit atau dalam bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Kasmir, 2000). Hubungan antara pihak bank dengan nasabah menyangkut kebutuhan para nasabah terhadap jasa-jasa bank dan kesanggupan serta ketersediaan bank untuk dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Tujuan utama bank adalah guna menciptakan dan mempertahankan nasabahnya.

Perkembangan dunia perbankan saat ini tidak hanya pada perbankan konvensional saja, namun perbankan syariah juga turut serta dalam persaingan yang saat ini banyak diperbincangkan. Bank konvensional dan bank syariah dalam beberapa hal memiliki persamaan, terutama dalam sisi teknis, penerimaan uang, mekanisme transfer, dan teknologi komputer yang digunakan. Sedangkan

perbedaan mendasar antara keduanya adalah menyangkut aspek legal, struktur organisasi, usaha yang dibiayai dan lingkungan kerja. Hingga saat ini perbankan syariah menunjukkan perubahan dan perkembangan yang cukup signifikan, dimana bank syariah ini mampu memberikan produk dan pelayanan yang dinilai baik oleh konsumen.

Bank BRI Syariah merupakan lembaga perbankan yang berbasis syariah yang salah satu kantor pusatnya terletak di kota Yogyakarta. Bank ini memiliki beberapa kantor cabang yang tersebar luas di kota Yogyakarta. Menyadari bahwa pentingnya peningkatan kualitas layanan, manajemen bank BRI Syariah menempatkan perhatian dengan sungguh-sungguh melalui visi dan misinya. Visi bank BRI Syariah yaitu Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melalui visi tersebut diharapkan bank BRI syariah bisa memberikan produk dan pelayanan yang memang dibutuhkan oleh nasabah.

Alasan utama peneliti mengambil objek Bank BRI Syariah adalah bahwa pada tahun 2018 tepatnya bulan mei, BRI Syariah ini berhasil menjadi Bank Syariah pertama yang meluncurkan saham perdananya di IPO (*Initial Public Offering*) di lantai Bursa Efek Indonesia. Pencapaian ini tidak lepas dari kerja sama beberapa pihak yang berkepentingan seperti para pimpinan, karyawan, nasabah dan investor.¹ Selain itu melihat pada pencapaian selama beberapa tahun terakhir

¹ <https://bisnis.tempo.co/read/1087160/bri-syariah-lepas-26-juta-saham-baru-harga-rp-510-per-lembar/full&view=ok>, (diakses pada 26 Oktober 2018 pukul 14.33)

Bank BRI Syariah mendapatkannya penghargaan dalam Indonesia Original Brand 2016 yang dilakukan Majalah SWA dan *Business Digest* (lembaga riset Grup SWA), BRI Syariah menjadi juara pertama di kategori bank syariah.² Meskipun BRI Syariah ini masih menjadi anak perusahaan dari BRI konvensional namun perusahaan ini mampu menunjukkan eksistensinya di dunia perbankan di Indonesia.

Pada industri perbankan, kesetiaan nasabah merupakan salah satu bukti bahwa bank tersebut telah mampu bersaing dalam memberikan pelayanan prima pada setiap nasabah. Jika dilihat dari dua sudut pandang antara kinerja keuangan dalam hal penjualan produk dengan kinerja operasional dalam menjalin hubungan adalah suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dalam penilaian bahwa suatu bank itu lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

Dengan berbagai layanan maupun fasilitas baik dari segi fasilitas kantor maupun fasilitas produk yang ditawarkan dapat dikatakan BRI Syariah ini sudah mendapatkan kepercayaan dihati nasabah. Nasabah yang mulai menaruh rasa percayanya memiliki potensi yang sangat besar untuk terus menggunakan produk yang dikeluarkan oleh BRI Syariah. Penggunaan produk BRI Syariah yang dilakukan secara terus menerus menunjukan bahwa nasabah memiliki tingkat kepuasan tinggi baik dari segi produk maupun pelayanannya. Kepuasan nasabah menjadi salah satu faktor penting yang dapat menentukan apakah perusahaan tersebut dapat menjalankan tugasnya dengan baik. Terciptanya kepuasan dapat

² <https://swa.co.id/swa/business-strategy/beginilah-taktik-bri-syariah-jadi-bank-pilihan-nasabah> (diakses pada 20 oktober 2018 pukul 19.00)

memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan nasabah menjadi harmonis sehingga memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan terhadap produk atau bisa dikatakan bahwa nasabah menjadi loyal terhadap perusahaan.

Loyalitas konsumen sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten (Tjiptono, 2000:110). Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa komitmen nasabah terhadap produk dan jasa BRI Syariah diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan nasabah terhadap perusahaan. Mempertahankan nasabah yang setia harus mendapatkan prioritas yang lebih besar dibandingkan berusaha untuk mendapatkan pelanggan baru. Oleh karena itu, untuk terus dapat mempertahankan nasabah Bank BRI Syariah harus terus meningkatkan kualitas produk maupun kualitas pelayanannya. Loyalitas sendiri dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain, kepercayaan, kualitas pelayanan dan citra perusahaan.

Kepercayaan adalah kesediaan individu untuk mengantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena individu mempunyai keyakinan pada pihak lain tersebut (Prasetyo, 2007:2). Secara mendasar faktor penting yang mempengaruhi efektifitas dalam organisasi yang kompleks adalah suatu keinginan untuk saling mempercayai antara pihak-pihak yang bersangkutan.

Kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima (Lupiyoadi dan

Hamdani, 2009:181). Kualitas jasa adalah evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan (Lovelock dan Wright, 2007:96). Pelayanan yang baik biasanya akan menimbulkan respon yang baik pula, begitu sebaliknya jika pelayanan yang diberikan tidak baik maka konsumen akan merasa tidak puas dengan perusahaan tersebut.

Citra perusahaan menjadi salah satu pegangan bagi banyak orang dalam menjalankan suatu bisnis. Persaingan yang ketat mengharuskan sebuah perusahaan untuk membangun citra yang baik di dalam benak konsumennya. Citra yang baik akan memberikan dampak positif pada perusahaan yang akhirnya akan berdampak pada bertambahnya profit atau penghasilannya perusahaan tersebut. Bank BRI Syariah telah berhasil meningkatkan citra perusahaan dimata publik dimana BRI Syariah ini berhasil menjadi bank syariah pertama yang meluncurkan saham perdananya di IPO. Dengan pencapaian ini diharapkan bisa menarik lebih banyak nasabah untuk bergabung dengan perusahaan dan mampu mempertahankan nasabah prioritas yang sedari awal sudah memiliki loyalitas terhadap perusahaan.

Pentingnya penelitian mengenai loyalitas nasabah adalah bahwa setiap keberhasilan sebuah perusahaan untuk terus mempertahankan eksistensinya, tidak lepas dari peran serta para konsumen atau nasabahnya. Faktor penentu loyalitas nasabah yang pertama adalah dari kepercayaan. Nasabah yang sudah menaruh rasa percayanya kepada sebuah perusahaan memiliki peluang yang sangat besar untuk terus menggunakan produk atau jasanya. Kepercayaan tidak bisa tercipta secara cepat atau spontan, karena sifat jasa yang tidak terlihat maka kepercayaan ini bisa

terbentuk dari pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan kepada nasabahnya. Kualitas pelayanan yang baik akan berpengaruh pada *feedback* yang diberikan nasabah kepada perusahaan, begitu pula sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan buruk maka nasabah akan kehilangan kepercayaan terhadap perusahaan.

Kepercayaan yang telah terbangun melalui kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan pada akhirnya akan menciptakan persepsi atau anggapan nasabah terhadap perusahaan. Dengan kualitas pelayanan yang baik dan terciptanya kepercayaan nasabah terhadap perusahaan maka citra perusahaan atau persepsi perusahaan dimata masyarakat akan baik pula. Nasabah yang sudah menggunakan produk atau jasa berulang kali dalam kurun waktu yang lama dipastiakn telah memiliki rasa loyal yang tinggi pada perusahaan.

Berdasarkan pada beberapa penelitian sebelumnya, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Evi Oktaviani Satriyanti diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan citra bank memilik pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Royhan Jamaan memperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan, dan citra bank tidak berpengaruh secara langsung pada loyalitas nasabah. Berdasarkan kedua penelitian ini terjadi ketidaksamaan hasil penelitian yang dilakukan pada objek yang berbeda. Artinya bahwa setiap perbankan pasti memiliki karakteristik yang berbeda sehingga faktor penentu loyalitas nasabahnya juga berbeda.

Dalam penelitian ini penulis akan melakukan kajian yang lebih dalam terkait dengan variabel yang berpengaruh pada loyalitas nasabah bank syariah. Berdasarkan pada uraian di atas maka penelitian ini mengambil judul “**Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank BRI Syariah Di Yogyakarta)**”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah bank BRI Syariah?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah bank BRI Syariah?
3. Apakah citra bank berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah bank BRI Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sesuai dengan fokus permasalahan di atas, yaitu :

1. Untuk menjelaskan apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
2. Untuk menjelaskan apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
3. Untuk menjelaskan apakah citra bank berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

D. Manfaat Penelitian

Pada dasarnya hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan sekaligus pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan serta dapat memberikan sumbangan atau kontribusi terhadap ilmu pengetahuan.

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi dan bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam menetapkan strategi pemasaran dari keempat variabel yang sudah diuji.

2. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi pustaka bagi perguruan tinggi, baik di tingkat fakultas maupun universitas serta dapat digunakan sebagai media aplikasi bahan pengajaran materi kuliah.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan juga dapat dijadikan bahan acuan bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian mengenai bidang atau permasalahan yang serupa.

E. Sistematika Pembahasan

Dalam laporan penelitian ini, sistematika penulisan terdiri atas lima bab, masing-masing uraian yang secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama merupakan pendahuluan yang menjadi gambaran awal dari apa yang melatar belakangi penelitian ini melalui pengembangan isu yang sedang terjadi di perbankan syariah khususnya pada loyalitas nasabah. Kemudian rumusan masalah dituangkan dalam pertanyaan, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan yang menjelaskan penyajian hasil penelitian dari awal hingga kesimpulan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab kedua merupakan landasan teori dan pengembangan hipotesis. Bab ini membahas mengenai tinjauan teoritis tentang informasi mengenai variabel penelitian yang berisi tinjauan pustaka terhadap penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini dilakukan terhadap loyalitas nasabah bank syariah, sehingga perlu dijabarkan mengenai kepercayaan nasabah, kualitas pelayanan dan citra bank. Pengembangan hipotesis dirumuskan berdasarkan dari landasan teori dan tinjauan pustaka pada penelitian terdahulu dan merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan yang ada.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab tiga merupakan metode penelitian yang berisi gambaran dan cara tentang teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini untuk menjawab permasalahan yang ada. Cara atau teknik ini meliputi uraian tentang penjelasan mengenai jenis penelitian, teknik pengumpulan data, definisi

operasional variabel dan teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab empat berisi tentang hasil penelitian yang akan dilakukan. Hasil penelitian dari pengolahan data dengan pembahasannya yang didasarkan pada analisis hasil pengujian data secara deskriptif maupun hasil pengujian hipotesis yang akan dilakukan beserta implikasinya.

BAB V PENUTUP

Bab kelima berisi penutup yang di dalamnya terdapat kesimpulan dari hasil analisis penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam bab empat. Selanjutnya pada bagian akhir bab ini juga disampaikan saran yang bersifat praktis dan teoritis.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada pengaruh variabel kepercayaan, kualitas pelayanan dan citra bank terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah di Yogyakarta, maka diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

1. Hasil uji t variabel kepercayaan menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,723 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa ketika kepercayaan mengalami kenaikan atau penurunan sebesar satu satuan, tidak akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini disebabkan karena ada beberapa nasabah menganggap bahwa perusahaan tidak bisa menjaga konsistensinya terkait menjalin hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan nasabah. Berarti H1 yang berbunyi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah **ditolak**.
2. Hasil uji variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,023 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa ketika kualitas pelayanan mengalami kenaikan atau penurunan, akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah sebesar satu satuan. Pelayanan yang diberikan oleh BRI Syariah kepada nasabah memiliki kualitas yang baik, sehingga *feedback* dari nasabah kepada perusahaan juga baik. Berarti H2 yang

berbunyi kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah **diterima**.

3. Hasil uji variabel citra bank menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,146 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa ketika citra bank mengalami kenaikan atau penurunan tidak akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank. Citra perusahaan yang baik mampu menarik nasabah untuk terus menggunakan produk dan jasa. Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa dari segi fasilitas fisik produk tabungan tidak mampu mempengaruhi nasabah untuk menabung di Bank BRI Syariah. Berarti H3 yang berbunyi bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah **ditolak**.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran yang bisa memberi manfaat kepada pihak yang terkait pada hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank BRI Syariah

Berdasarkan pada hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, maka pihak perusahaan untuk bisa melakukan evaluasi terkait dengan konsistensi perusahaan dalam menjalin hubungan dengan nasabahnya dan faktor lain

yang bisa berpengaruh pada kepercayaan nasabah terhadap perusahaan. Pada kualitas pelayanan yang menunjukkan hasil berpengaruh positif signifikan, maka untuk terus mempertahankan pelayanan yang diberikan kepada nasabah dan lebih ditingkatkan lagi supaya kedepannya bisa menjadi lebih baik lagi.

Berdasarkan hasil terakhir bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, maka pihak perusahaan bisa memperbaiki apa yang telah ada terutama faktor fasilitas fisik pada produk tabungan, agar nasabah memiliki minat yang lebih untuk menabung di BRI Syariah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan variabel, baik itu variabel independen maupun dependen. Sehingga untuk kedepannya bisa lebih menambah hasil penelitian yang berbeda dan pembaharuan yang lainnya.
- b. Penelitian selanjutnya diharapkan bisa menambah sampel dalam penelitian dengan menggunakan metode pengambilan sampel yang berbeda serta teori yang berbeda pula.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Afifah, Azka. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patang Palembang)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chusnah, Nidaul. *Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Magelang*. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Salatiga.
- Djarwanto. 1998. *Statistik Induktif*. Yogyakarta : BPFE UGM
- Ellena, Frieda. 2011. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah, (Studi Pada Nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Pemalang)*.
- Elrado, Molden, dkk. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, Dan Loyalitas (Studi Pada Pelanggan Yang Menginap Di Jambuluwuk Batu Resort Kota Batu)*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol, 15, No.2, Universitas Brawijaya. Malang. 2014.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2006. *Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS*. Semarang (ID): BP Undip
- Hidayat, Rachmad. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. Jurusan Teknik Industri, Universitas Trunojoyo Madura
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- <https://bisnis.tempo.co/read/1087160/bri-syariah-lepas-26-juta-saham-baru-harga-rp-510-per-lembar/full&view=ok>, (diakses pada 26 Oktober 2018 pukul 14.33)
- <https://swa.co.id/swa/business-strategy/beginilah-taktik-bri-syariah-jadi-bank-pilihan-nasabah> (diakses pada 20 oktober 2018 pukul 19.00)

https://www.brisyariah.co.id/tentang_kami.php?f=sejarah, (diakses pada 15 Januari 2019 pukul 19.00)

<https://www.qerja.com/company/view/bank-bri-syariah-pt>, (diakses pada 15 Januari 2019 pukul 19.00)

Ismail. 2011. *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta: Kencana

Jamaan, Royhan. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Kasmir. 2000. *Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta : rajawali press.

Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.

Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia Buku 1*. Penerjemah: Fandy Tjiptono. Yogyakarta: Andi.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.

Kotler, Philip & Keller, Kevin. 2012. “*Marketing Management*”, 14th edition, Pearson Education Inc, Prentice Hall.

Lupioadi, Rahmat dan A Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Loverlock, Christopher, H, and Wright, Lauren K. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.

Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. PT Macanan Jaya Cemerlang.

Mayer, R.C., Davis, J, H., & Schoorman, F. D. 1995. “*An Integrative Model Of The Organizational Trust*”, *Academy Of Management Review*, 30 (3), Pp, 709-734, Unites State.

Morgan, Hunt. “*The Commitment – Trust Theory Of Relationship Marketing*”, *The Jurnal Of Marketing*, Vol. 58, No. 3 (July 1994), pp. 20-38. 1994.

Nguyen, Leclerc, LeBlanc. “*The Mediating of Customer Trust on Customer Loyalty*”, *Journal of Service Science and Management*, 6, pp. 96-109, University of Moncton, Canada. 2013.

- Parasuraman, Zeithaml and Berry. 1988. *A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research*. Journal of Marketing
- Robbins, Stephen Dan Judge, Timothy. "Organizational Behavior 12th Edition", Pearson Education Inc : Upper Saddle River, New Jersey, 2007.
- Rosda, Aulia Yumi. 2015. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komunikasi, Komitmen, Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Pt. Bank Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Sudirman Pekanbaru*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Sekaran, Umma. 2017. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Edisi 6*. Jakarta: Salemba Empat
- Sekaran, Umma dan Roger Bougie. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi 1*. Yogyakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2007. *Metodologi Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tim Prima Pena (2006). *Kamus Ilmiah Populer, Cetakan pertama*, Surabaya: Gitamedia Press.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra, dan Dadi Andrian. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset..
- Wijaya, Tony. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa: desain servqual, QFD, dan Kano: Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*. Jakarta: Indeks.
- Wibrianto, Luthfi Tian. 2008. *Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada BPRS Risalah Ummat)*. Skripsi Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta
- Widyarini, Lydia Ari dan Supriharyanti. 2003. *Pengendalian Kualitas Pelayanan Melalui Analisis Gap Dengan Instrumen Servqual (Studi Di Unika Widya Mandala Surabaya)*. Jurnal Manajemen dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Yakin, Ibnul. 2013. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Dan Mutual Benefit Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Jatim Kantor Cabang Bangkalan*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya Malang.

Zulian, Yomit. (2001). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.